



Prédictions TMT 2023

Connexions canadiennes



Semi-conducteurs suralimentés,
guerre de la diffusion en
continu et des sports en direct,
évolution de la réalité virtuelle,
engagement climatique
des entreprises technologiques,
et plus.

Faire plus avec moins. Voilà le thème du rapport de Deloitte – Prédications 2023 pour le secteur des Technologies, médias et télécommunications (TMT).

L'innovation et les nouvelles technologies sont reléguées au second plan à l'heure où le monde entame une nouvelle année incertaine, marquée par la hausse des taux d'intérêt, la chute de valeur des entreprises du secteur des TMT, la forte inflation et la faible confiance des consommateurs. Ces facteurs macroéconomiques seront au cœur des préoccupations des entreprises du secteur des TMT au cours des douze prochains mois et les inciteront à surveiller leur résultat net plutôt que de tout miser sur l'atteinte de sommets enivrants d'innovativité et de progrès.

Naturellement, il y aura encore des nouveautés. Sur les 15 sujets de nos prédictions, huit sont particulièrement pertinents pour les consommateurs et les entreprises du Canada. Nous les explorons dans le présent document, en complétant notre analyse de certains d'eux par des conclusions de notre sondage Digital Consumer Trends (DCT) mené auprès de 2 000 Canadiens l'été dernier.



Les prédictions sont...

1

2

3

4

5

6

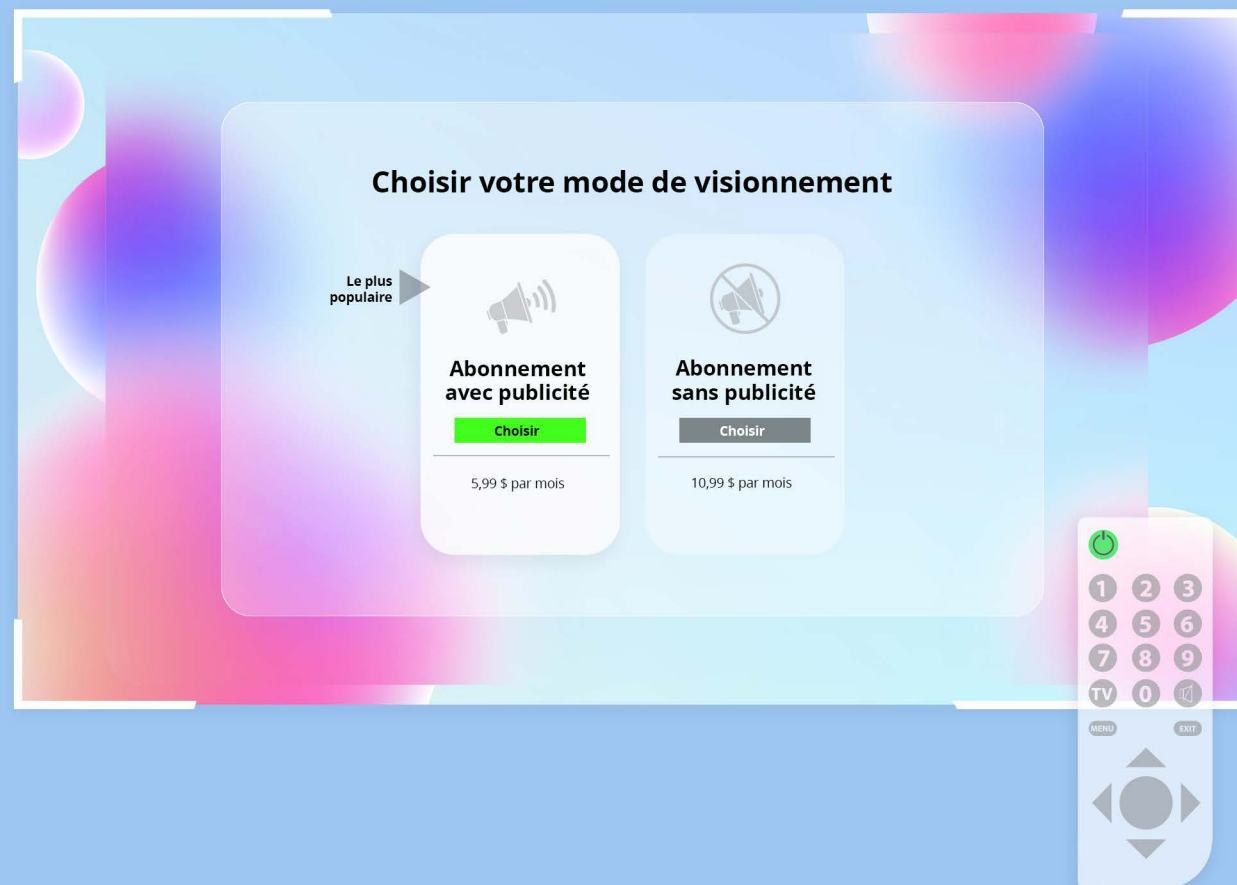
7

8



1

**Tout le monde
regarde :** la vidéo sur
demande avec publicité
rejoint un auditoire
de plus en plus réceptif



1

2

3

4

5

6

7

8



Tout le monde regarde : la vidéo sur demande avec publicité rejoint un auditoire de plus en plus réceptif

L'attrait du service de service de vidéo sur demande avec publicité (VSDP) grandit auprès des téléspectateurs férus d'économies qui acceptent de plus en plus de regarder des publicités en échange de services de vidéo à tarif réduit ou gratuit. Deloitte mondial prévoit que d'ici la fin de 2023, les deux tiers des consommateurs dans les pays développés utiliseront au moins un service de VSDP par mois, ce qui est **5 %** de plus qu'en 2022. Nous prévoyons aussi que tous les principaux services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) dans les pays développés offriront un service avec publicité en plus de leurs options sans publicité et freineront ainsi l'exode des clients soucieux des coûts. D'ici la fin de 2024, la moitié de ces fournisseurs auront aussi lancé un service gratuit de télévision en continu financé par la publicité (FAST).

La connexion

Selon notre sondage DCT,

71%

des Canadiens ont au moins un abonnement, et le résident moyen en a plus de trois.



Tout le monde regarde : la vidéo sur demande avec publicité rejoint un auditoire de plus en plus réceptif

La connexion suite

Les fournisseurs de VSDA s'attaquent au grave problème de partage du mot de passe. Un tiers des Canadiens disent partager l'accès à leur compte avec une personne n'habitant pas avec eux et la proportion grimpe à

50 %

chez les répondants âgés de **18 à 34** ans.

La perte de cet avantage, conjuguée aux préoccupations budgétaires des Canadiens, pourrait accélérer le rythme des annulations de services de VSDA. Plus de **20 %** des répondants, et près du tiers des **18 à 34** ans, ont annulé au moins un service de VSDA au cours des 12 derniers mois.

La raison de leur désistement?

Parmi ceux qui ont annulé un abonnement au cours de l'année passée,

28 %

ont dit que ce service était trop cher, **22 %**, qu'ils dépensaient trop sur les abonnements en général, et **21 %**, qu'ils réduisaient leur nombre d'abonnements en raison des hausses de prix dans d'autres domaines.

En ce qui concerne l'ensemble des services de VSDA,

30 à 50 %

des Canadiens affirment qu'ils envisagent déjà une annulation ou pourraient l'envisager à l'avenir.

Tout le monde regarde : la vidéo sur demande avec publicité rejoint un auditoire de plus en plus réceptif

La connexion suite

Les diffuseurs en continu qui veulent retenir leurs clients ont besoin d'une solution. Les abonnements avec publicité offerts à prix réduit ou gratuitement en sont une. Interrogés sur leur intérêt pour un éventuel nouveau service de diffusion en continu, **35 %** des Canadiens qui souhaitent s'y abonner se disent prêts à payer le plein tarif pour avoir une version sans publicité, mais **le quart** accepteraient **cinq minutes** de publicité par heure en échange d'une réduction de **50 %** du prix de l'abonnement, et **40 %** consentiraient à regarder **10 minutes** de publicité par heure **pour obtenir le service gratuitement**.

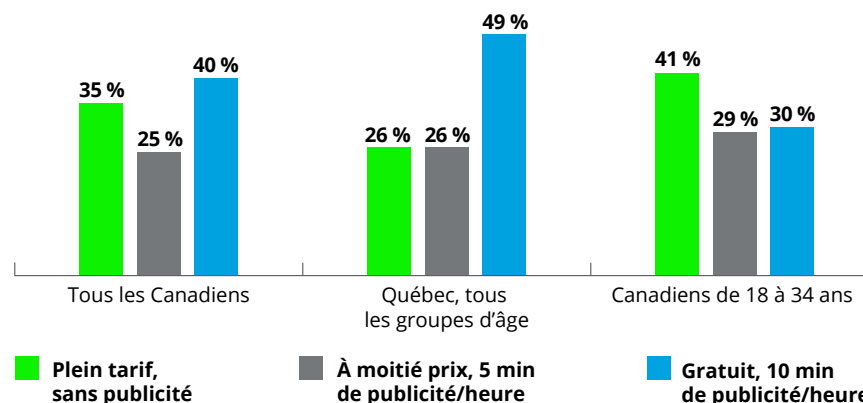
Les Canadiens plus jeunes sont les plus allergiques aux publicités (concept abordé dans le rapport [Prédictions TMT 2018 pour le Canada](#)) :

41 %

des répondants de **18 à 34 ans** préfèrent la version sans publicité. Les Québécois sont ceux qui tolèrent le plus les publicités, puisque près de la moitié de ceux qui se disent prêts à s'abonner opteraient pour la version gratuite.

Cela peut prendre quelques années, mais nous prévoyons que même si un robuste tiers des abonnés canadiens de services de diffusion en continu maintient la version sans publicité, le reste se tournera vers les versions VSDP et FAST.

Pour un éventuel nouveau service de diffusion en continu, quel modèle tarifaire voudriez-vous? (parmi ceux susceptibles de s'abonner et qui ont eu une préférence.)



Source : Deloitte Canada, Sondage 2023 sur les tendances de consommation numérique (à paraître en 2023)



2

Sports en direct :
le prochain champ
de bataille de la diffusion
en continu



1

2

3

4

5

6

7

8



Sports en direct : le prochain champ de bataille de la diffusion en continu

Deloitte mondial prévoit qu'en 2023, les diffuseurs en continu dépenseront plus de **six milliards \$ US** pour obtenir les droits de diffusion des principaux sports dans les plus grands marchés mondiaux. Leur investissement est minime, mais significatif puisqu'il représente près de **10 %** de leurs dépenses annuelles liées au contenu et à l'acquisition de droits de diffusion mondiaux, et témoigne de leur interdépendance grandissante avec les plus importantes ligues sportives. Les sociétés de divertissement, les réseaux de sports régionaux, les fournisseurs de services de diffusion en continu et les entreprises technologiques aspirent à augmenter leur auditoire et à le conserver en offrant du contenu sportif. Cet environnement diversifié pourrait augmenter les auditoires mondiaux pour un sport donné, mais pourrait aussi empêcher certains amateurs d'accéder aux événements sportifs qui les intéressent.

La connexion

Les Canadiens regardent beaucoup d'événements sportifs en direct (pas seulement du hockey), mais peu de services de diffusion en continu offrent ce contenu pour le moment. Notre sondage DCT de 2022 a révélé que seulement **14 %** des hommes et **6 %** des femmes ont accès à un service de diffusion en continu de sports, soit

10 %

de tous les Canadiens.

Sont-ils assez satisfaits de ce service? Pour **74 %** des Canadiens abonnés à un service de diffusion en continu de sports bien connu, il est peu probable qu'ils annulent cet abonnement, mais pour tous les autres services de diffusion en continu de sports, cette proportion est de seulement **53 %**, soit 20 points de pourcentage de moins. Les services de diffusion en continu doivent tout faire s'ils veulent retenir leurs clients et les amateurs de sports.

Sports en direct : le prochain champ de bataille de la diffusion en continu

La connexion suite

Ils pourraient notamment se tourner vers l'engagement numérique, qui peut les aider à créer de nouvelles formes de partenariat et à conserver leurs clients. Par exemple, la NFL a conclu un partenariat avec l'entreprise canadienne Enthusiast Gaming pour diffuser l'émission *Tuesday Night Gaming* sur YouTube¹. Une autre solution serait d'offrir une expérience de diffusion plus personnalisée dans plusieurs canaux, par exemple une expérience de visionnement à canaux multiples

comprenant un canal principal offrant les émissions traditionnelles (télévision linéaire), un deuxième canal diffusant les commentaires des joueurs et un troisième canal axé sur les paris sportifs. L'intégration de contenu axé sur les paris dans les émissions en direct est une autre option à envisager dans le contexte des récents changements législatifs canadiens (projet de loi C-218 et paris sur un seul événement sportif) et la création d'un marché concurrentiel et réglementé de jeux en ligne en Ontario.



3

La production virtuelle devient réalité : intégration d'effets visuels en temps réel



1

2

3

4

5

6

7

8



La production virtuelle devient réalité : intégration d'effets visuels en temps réel

Les outils de production virtuelle (moniteurs géants à haute résolution, etc.) peuvent donner plus de flexibilité, raccourcir les délais de production et intégrer en temps réel des images et des effets visuels générés par ordinateur à des plateaux de tournage réels. Deloitte mondial prévoit que le marché des outils de production virtuelle augmentera pour atteindre **2,2 milliards \$ US** en 2023, une hausse de **20 %** par rapport au marché estimatif de 1,8 milliard \$ US pour 2022. Cette croissance sera alimentée par la demande de contenu télévisuel et cinématographique riche en effets visuels, et les studios et les services de diffusion en continu ajoutent ces genres à leurs plans de production tout en réduisant leurs coûts par rapport aux techniques d'écran vert plus anciennes. Cette croissance sera aussi stimulée par les équipes de production qui se tournent vers un contenu plus virtuel et par l'apport des grands moteurs de jeu qui les aideront à transformer le flux de travaux.

La connexion

Deux

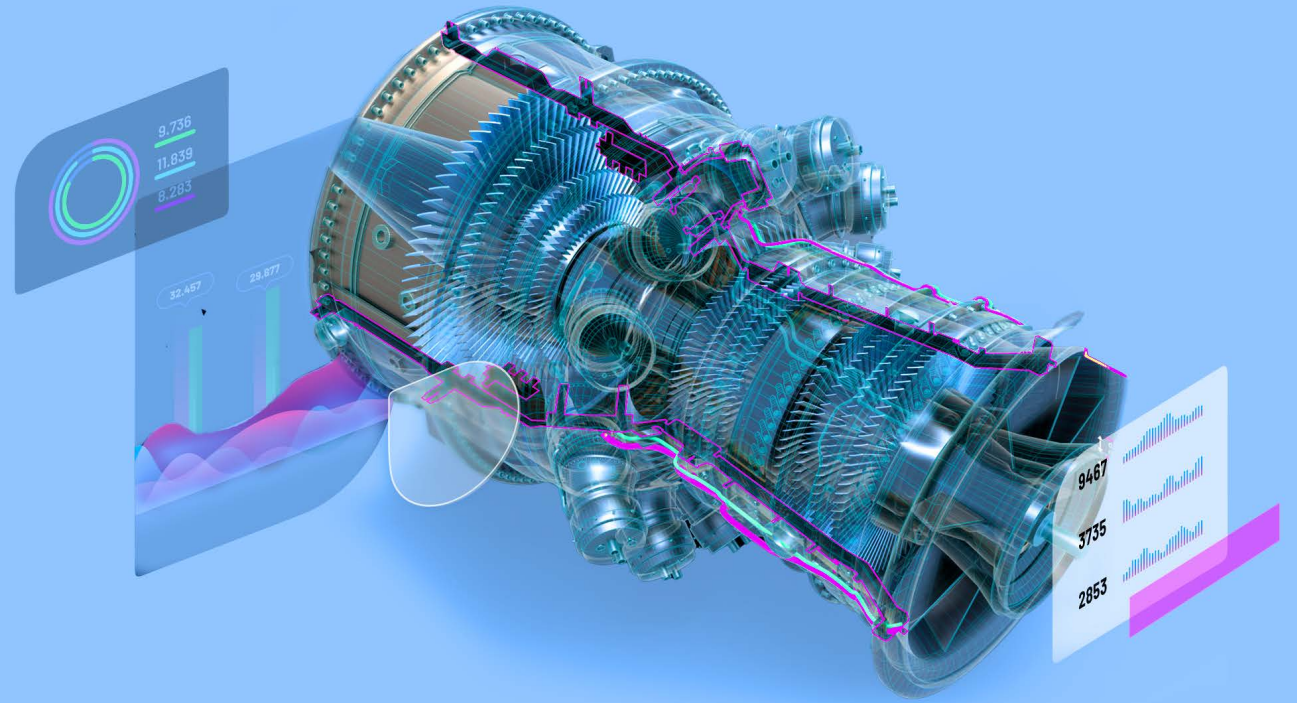
principaux facteurs justifient la pertinence de cette prédiction au Canada

Le premier : notre statut d'Hollywood du Nord. En 2021, les revenus directs du secteur de la production cinématographique et télévisuelle de la Colombie-Britannique ont été de **4,8 milliards \$²**, et ceux de l'Ontario de **2,9 milliards \$³**. Au Québec, ces revenus ont été de **2,4 milliards \$** en 2020⁴.

Le second : l'engouement pour les jeux vidéo. En 2021, on estime à **5,5 milliards \$** la contribution du secteur canadien des jeux vidéo au PIB du pays⁵. Montréal et Vancouver sont des centres d'excellence bien établis, et les moteurs de jeux figurent parmi les principales technologies sur lesquelles repose la production virtuelle. Les investissements dans la formation et le rehaussement des compétences, ainsi que dans le développement de technologies pour soutenir le secteur en croissance des médias et du divertissement, encourageront la production de plus de contenu canadien et de meilleure qualité. Au Canada, plusieurs studios de production virtuelle attirent déjà des productions américaines et canadiennes⁶.

4

**La réalité virtuelle
passera-t-elle
de créneau à grand
public?** Cela dépendra
de l'attrait du contenu



1

2

3

4

5

6

7

8



La réalité virtuelle passera-t-elle de créneau à grand public? Cela dépendra de l'attrait du contenu.

Deloitte mondial prévoit que le marché de la réalité virtuelle générera des revenus de **7 milliards \$ US** à l'échelle mondiale en 2023, une hausse impressionnante de **50 %** par rapport aux revenus estimatifs de 4,7 milliards \$ US en 2022.

La grande majorité (**90 %**) de ces revenus (soit **6,3 milliards \$ US**) proviendra de la vente prévue en 2023 de 14 millions de casques de réalité virtuelle coûtant en moyenne 450 \$ US chacun. Le contenu de réalité virtuelle, principalement des jeux, mais aussi des applications pour les entreprises, rapportera des revenus approximatifs de **0,7 milliard \$ US** en 2023. Nous prévoyons que la base installée de casques de réalité virtuelle activement utilisés atteindra 22 millions en 2023, une hausse de près de 50 % par rapport à celle du milieu de 2022.

La connexion

Les consommateurs canadiens ne diffèrent pas de ceux d'autres pays : ils mettent un orteil à l'eau, mais ne sont pas tout à fait prêts à plonger. Selon notre sondage de 2022, seulement **6 %** des Canadiens ont accès à des casques de réalité virtuelle (excluant les modèles en carton) et de ce nombre, **14 %** les ont utilisées au cours des 24 dernières heures, ce qui signifie que seulement

0,8 %

des Canadiens sont des utilisateurs réguliers de réalité virtuelle.

Par ailleurs, quelque **20 %** des Canadiens ont accès à une montre intelligente, et **65 %** de ceux-ci l'utilisent chaque jour, portant à

13 %

la proportion de Canadiens utilisant régulièrement une montre intelligente. C'est **16 fois plus** que pour les casques de réalité virtuelle.

La réalité virtuelle passera-t-elle de créneau à grand public? Cela dépendra de l'attrait du contenu.

La connexion suite

La réalité virtuelle demeure un créneau parce que l'adoption de masse n'a pas encore eu lieu. Le fait que Facebook a changé de nom pour s'appeler Meta et a investi dans le métavers a suscité un certain intérêt chez les consommateurs et les entreprises, mais tout est encore une ébauche. L'indifférence des consommateurs s'explique notamment par la nouveauté de cette technologie; en effet, **63 %** des répondants disent qu'ils ne sont pas intéressés par la réalité virtuelle ou qu'ils préfèrent interagir avec des humains dans le monde réel.

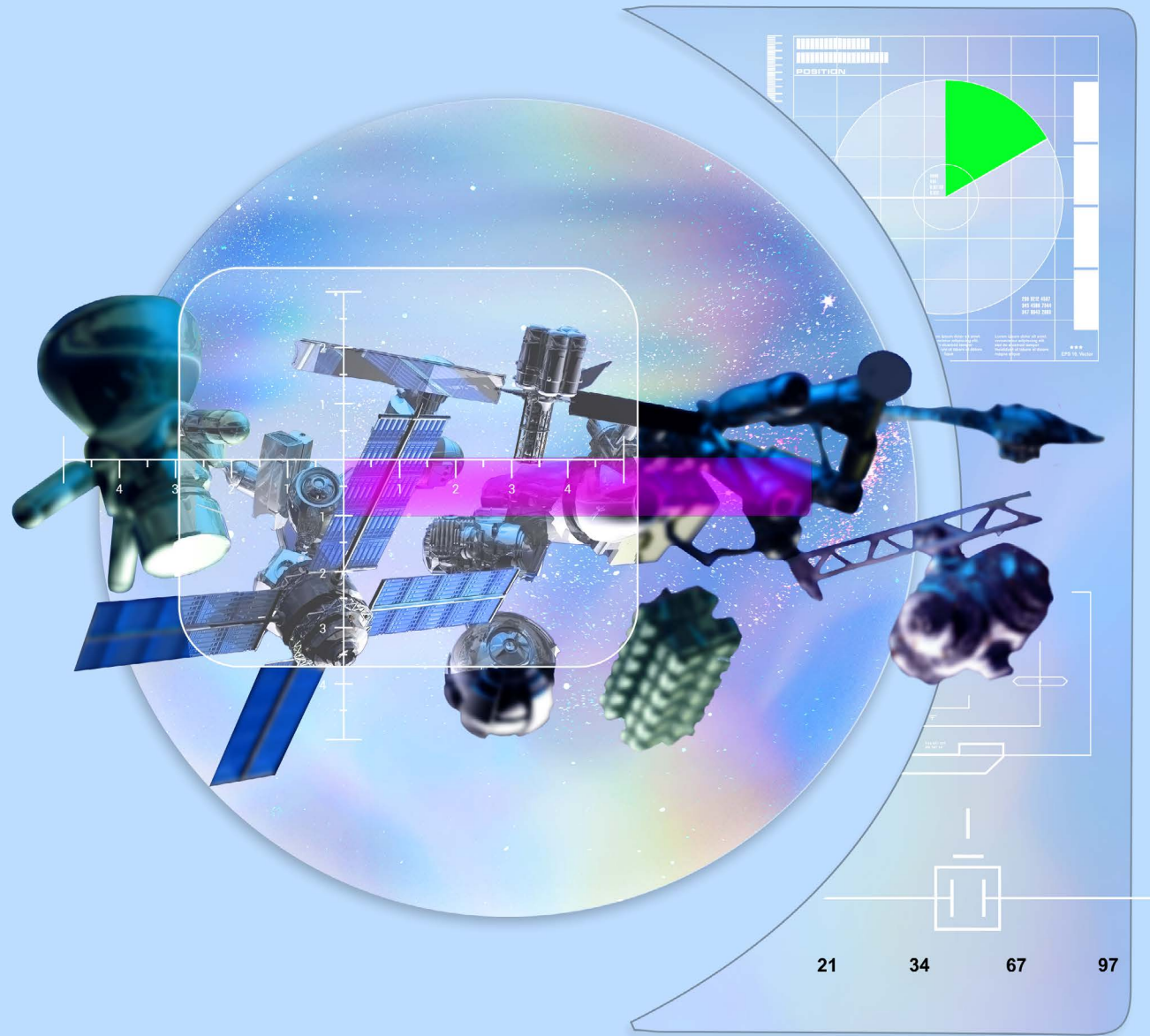
De ceux qui ont accès à des casques, plus d'un Canadien sur 10 mentionnent le manque de contenu, le contenu inintéressant, ou encore le mal des transports ou l'inconfort, la préférence pour d'autres appareils ou le manque de temps. L'augmentation du prix en 2023 est aussi un facteur : les fabricants de casques haussent les prix et certains nouveaux appareils très attendus pourraient se vendre à **1 500 \$ CA** ou plus. Considérant que **25 %** de ceux qui n'ont pas de casque disent que ces appareils sont déjà trop chers, l'adoption a peu de chances de s'améliorer.

Nous attendons encore le casque qui changera le marché et stimulera l'adoption : c'est-à-dire un modèle facile à porter, qui peut être intégré à nos vies quotidiennes et qui nous aide à être productifs, ou du moins divertis.



5

Congestion orbitale :
les satellites à large
bande vont naviguer
dans un ciel bondé



1

2

3

4

5

6

7

8



Congestion orbitale : les satellites à large bande vont naviguer dans un ciel bondé

Deloitte mondial prévoit qu'il y aura plus de 5 000 satellites à large bande sur orbite basse d'ici la fin de 2023, ce qui fournira un accès internet haute vitesse à près d'un million d'abonnés dans tous les coins du globe. À plus long terme, 7 à 10 réseaux pourraient être mis en orbite d'ici 2030, pour un total de **40 000 à 50 000 satellites** desservant plus de 10 millions de personnes. Cet environnement orbital plus achalandé augmente le risque de collisions, nécessitant des niveaux plus élevés de coopération et de coordination. Pour que cet écosystème soit viable à long terme, toutes les parties concernées devront concentrer leur attention et leurs ressources sur la protection de l'espace.

La connexion

Certaines entreprises canadiennes sont déjà dans l'arène : Telesat, une entreprise d'Ottawa propose une constellation Lightspeed comprenant

188

satellites⁷, tandis que Kepler Communications, de Toronto, possède déjà **19 nanosatellites** en orbite basse⁸.

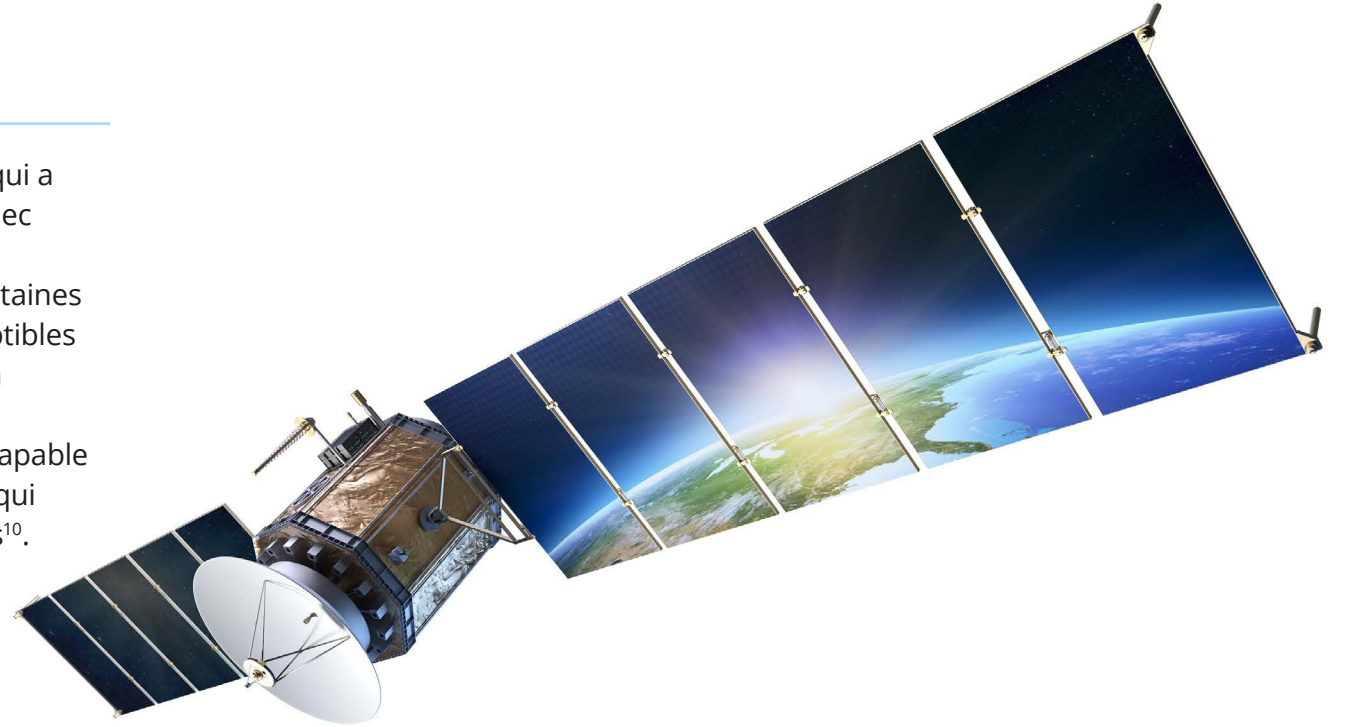


Congestion orbitale : les satellites à large bande vont naviguer dans un ciel bondé

La connexion suite

L'avenir durable n'est pas exclusif à la surface de la Terre. Tout en continuant à investir dans les satellites et d'autres technologies de l'espace, nous devons nous assurer que nous n'ajoutons pas de débris aux milliers déjà en orbite, et que les satellites n'entrent pas en collision les uns avec les autres ou avec les débris existants, ce qui exige un suivi de tous ces éléments en temps réel. L'entretien des satellites en orbite et l'élimination graduelle des débris spatiaux sont des domaines où le Canada peut être un chef de file.

Des entreprises telles que MDA (qui a des bureaux en Ontario, au Québec et en Colombie-Britannique) sont des leaders mondiaux offrant certaines des technologies spatiales susceptibles d'être utilisées⁹, tandis que Calian (qui a des bureaux en Ontario et en Saskatchewan) est un leader capable de fournir les stations terrestres qui seront probablement nécessaires¹⁰.



6

Juste des radiations!

Les puces résistantes aux radiations propulsent les technologies spatiales et l'énergie nucléaire vers de nouveaux sommets



1

2

3

4

5

6

7

8



Juste des radiations! Les puces résistantes aux radiations propulsent les technologies spatiales et l'énergie nucléaire vers de nouveaux sommets

Deloitte mondial prévoit que le marché des produits électroniques résistants aux radiations sera supérieur à **1,5 milliard \$ US** à l'échelle mondiale en 2023. Les rayonnements ionisants, qu'ils se situent dans l'espace à orbite moyenne ou haute, ou encore sur terre dans des réacteurs nucléaires, nuisent aux puces électroniques. Ils peuvent causer des erreurs et une dégradation des puces au fil du temps. Avant les progrès récents réalisés dans le domaine de la résistance aux radiations, les puces utilisées dans l'espace étaient plusieurs générations en retard en puissance, même comparées à celles des appareils grand public. La physique offre un moyen de rendre ces puces résistantes aux rayonnements en utilisant des technologies de protection spéciales à base de silicium ou des semi-conducteurs composés de nitrure de gallium (GaN) ou de carbure de silicium (SiC).

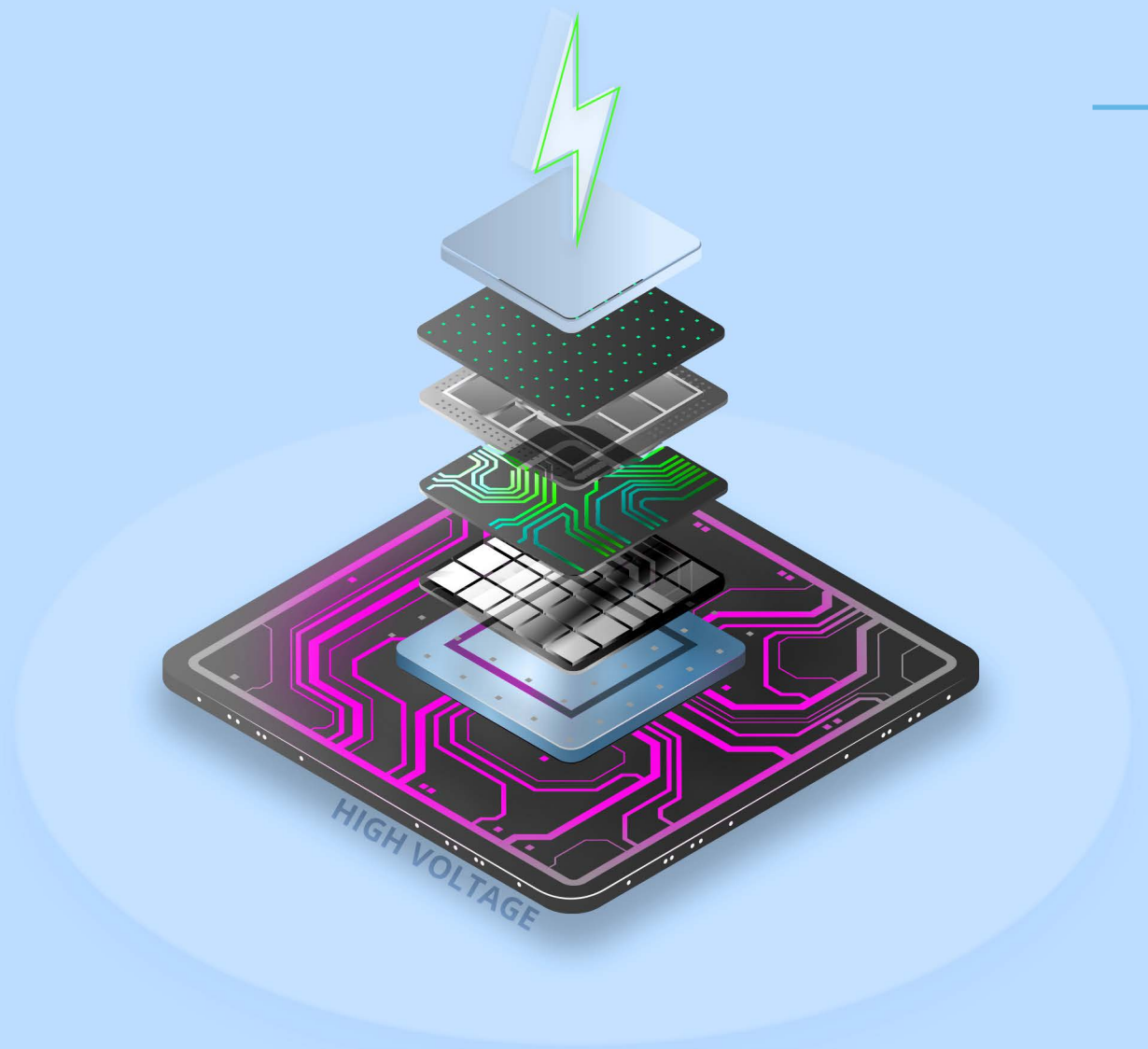
La connexion

Les entreprises de satellites et spatiales canadiennes (notamment Telesat, MDA, Calian et Kepler) seront intéressées par les nouvelles capacités que ces puces puissantes et résistantes aux rayonnements leur permettront d'intégrer à leurs produits. Les anciens processeurs spatiaux étaient moins puissants. Les nouvelles puces pourraient révolutionner le marché et permettre de faire des progrès dans le domaine de l'énergie nucléaire. SNC-Lavalin est un leader mondial dans

le domaine des réacteurs à fission¹¹, et le Canada est le deuxième plus grand producteur mondial d'uranium pour réacteurs nucléaires¹². Toute technologie qui rend les réacteurs – surtout les nouveaux – meilleurs, moins coûteux et plus sécuritaires est un atout pour ce secteur. (Sans compter que la plus grande mine d'uranium au monde est située dans le nord de la Saskatchewan.)



**Semi-conducteurs
suralimentés :** les puces
composées avec
de nouveaux matériaux
peuvent supporter
un voltage qui détruirait
les puces au silicium



Semi-conducteurs suralimentés : les puces composées de nouveaux matériaux peuvent supporter un voltage qui détruirait les puces au silicium

Le silicium n'est pas bien adapté aux hauts voltages

et aux niveaux de puissance pour alimenter les véhicules électriques ou les chargeurs superefficaces pour les appareils électroniques de masse. Deloitte mondial prévoit que les puces composées de matériaux semi-conducteurs à haute puissance (GaN et SiC) (*voir la prédiction 6*) représenteront des ventes combinées de **3,3 milliards \$ US** en 2023, une hausse de près de **40 %** par rapport à 2022. Cette croissance pourrait s'accélérer pour atteindre environ **60 %** en 2024, avec des revenus de plus de **5 milliards \$ US**.

La connexion

L'entreprise d'Ottawa, GaN Systems est un des leaders mondiaux de puces GaN, dites sans usine (l'entreprise conçoit les puces, mais en impartit la fabrication). La volonté politique du Canada en la matière et le fait que son secteur automobile aspire à devenir un leader mondial de l'extraction et de la production de matériaux de batterie et de la production et de l'assemblage de véhicules électriques sont des facteurs tout aussi encourageants.

Le secteur vise la production de plus de

400 000

véhicules électriques par année en Ontario d'ici 2030¹⁴. Les puces de puissance eSiC sont plus petites, elles peuvent supporter un voltage plus élevé et elles devraient dominer le marché des onduleurs pour véhicules électriques, allant même jusqu'à hisser le Canada en première place.

8

**Engagement
technologique
pour le climat :**
les leaders
agissent plus vite



1

2

3

4

5

6

7

8



Engagement technologique pour le climat : les leaders agissent plus vite

L'atteinte de la carboneutralité est une priorité pour bon nombre d'entreprises, et le secteur des technologies prend au sérieux cet impératif. Deloitte mondial prévoit qu'en 2023, ce secteur agira plus rapidement que les autres secteurs pour concrétiser son engagement climatique. Selon un sondage sur le développement durable mené en 2022 par Deloitte, les entreprises de technologies sont **13 %** plus susceptibles de cibler la carboneutralité d'ici 2030. En effet, leurs dirigeants sont à la fois préoccupés et plus touchés par les changements climatiques que ceux des autres secteurs, et donc plus enclins à agir.

La connexion

S'appuyant sur un ensemble solide de politiques et une tarification du carbone nationale, le gouvernement du Canada a lancé le **fonds de croissance du Canada de 15 milliards \$** pour attirer des investissements privés dans son secteur en croissance des technologies propres et a émis de nouveaux crédits d'impôt pour les technologies propres permettant de récupérer jusqu'à

30 %

des coûts d'investissement.

Les provinces se mobilisent aussi, y compris l'Alberta, qui est en bonne position pour devenir un carrefour de technologie et d'innovation de classe mondiale, attirer des talents et des investissements internationaux et créer de nouveaux emplois pour l'économie de demain.

Grâce aux investissements et au soutien constants dont bénéficient les entreprises en démarrage et en forte croissance du secteur canadien des technologies propres, le secteur des technologies peut prendre les devants dans le domaine du déploiement de solutions climatiques tout en maintenant la propriété intellectuelle au Canada.



Que se passe-t-il ailleurs dans le monde?

Les autres prédictions de cette année pour le secteur des TMT auront une incidence à l'échelle mondiale et sur certains pays, mais nous estimons que leur effet sur le Canada à court terme ne sera pas aussi marqué.

1

2

3

4

5

6

7

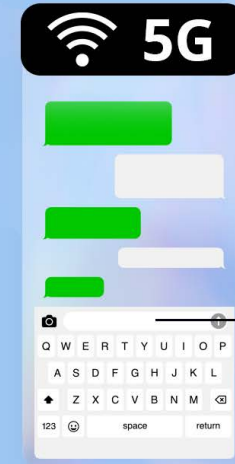
8



Abordable et possible : voici le téléphone intelligent 5G à 99 \$ US

9

Plus d'un milliard de téléphones 5G ont été vendus jusqu'à présent, mais à des prix qui ne conviennent pas à toutes les bourses. Il existe un marché pour les téléphones intelligents **de moins de 100 \$ US** (environ 100 millions de ces appareils sont vendus chaque année), mais jusqu'ici, ils utilisaient les technologies 3G et 4G. Une analyse de Deloitte sur les prix des composantes des téléphones intelligents nous permet de dire que le premier modèle 5G à moins de 100 \$ US sera mis en vente en 2023. Leur volume sera faible au début, mais avec le temps, ils seront accessibles pour des centaines de millions de consommateurs dans les pays en voie de développement.

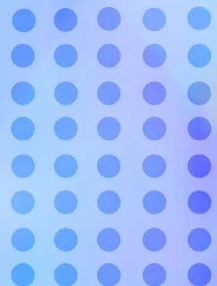


La promesse du 5G se réalise enfin : les réseaux autonomes 5G peuvent transformer la connectivité des entreprises

10

Dans les faits, la plupart des réseaux sans fil 5G actuels sont hybrides, car ce sont des réseaux radio 5G opérationnels sur un cœur de réseau 4G/LTE. Un réseau autonome 5G repose entièrement sur la technologie 5G et offre non seulement des vitesses supérieures, mais aussi de nouveaux services aux consommateurs. Nous prévoyons que le nombre d'exploitants de réseau mobile qui investiront dans les essais, la planification du déploiement ou le lancement de ce nouveau type de réseau **doublera, passant de plus de 100 exploitants** en 2022 à au moins 200 d'ici la fin de 2023.

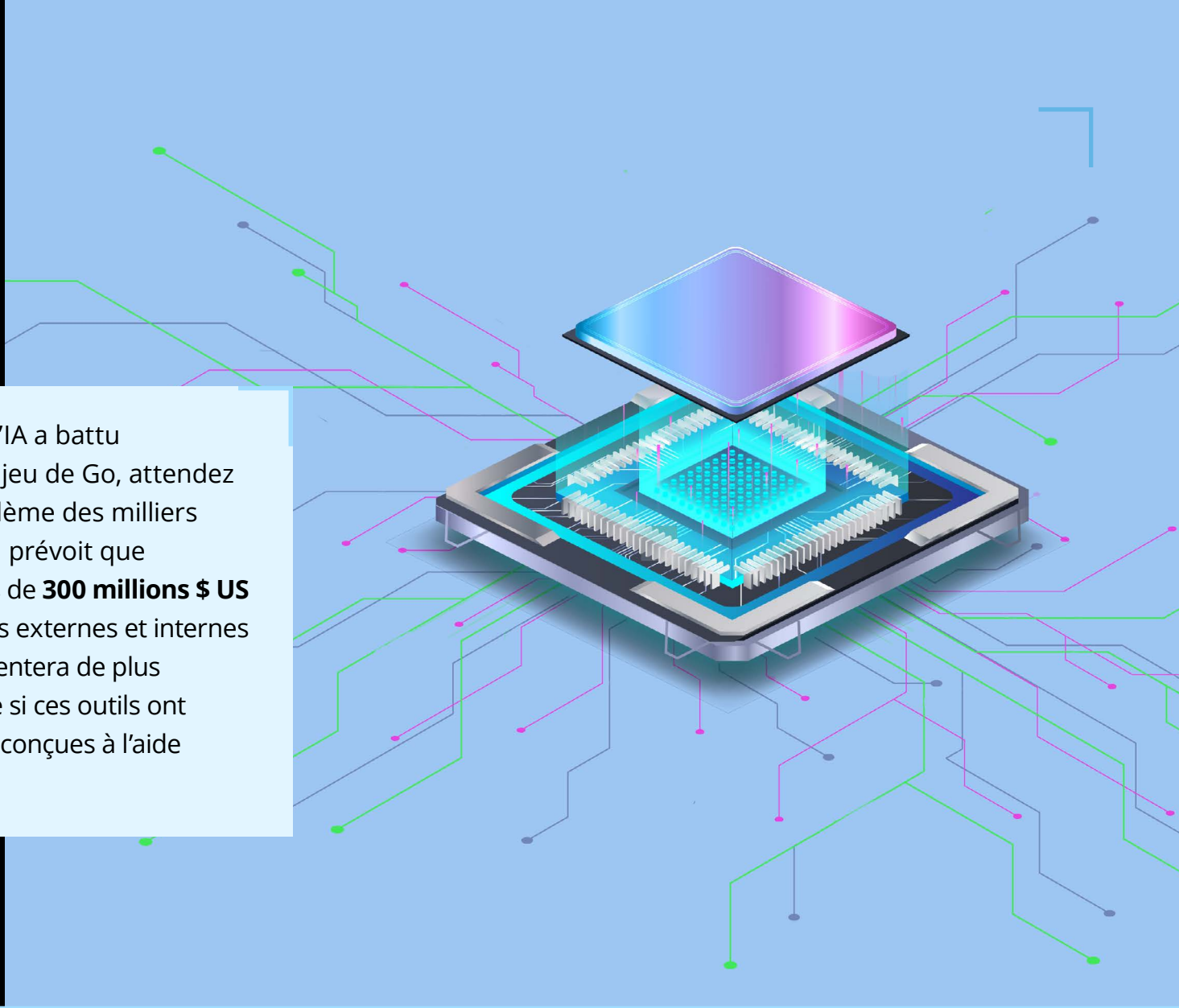
5G



Utiliser l'intelligence artificielle pour concevoir des puces plus rapides, moins chères et plus performantes

11

Si vous avez été impressionnés quand l'IA a battu un champion humain d'échecs, puis au jeu de Go, attendez de la voir concevoir des puces, un problème des milliers de fois plus complexe. Deloitte mondial prévoit que les fabricants de puces dépenseront plus de **300 millions \$ US** en 2023 en outils de conception de puces externes et internes fondés sur l'IA, et que ce montant augmentera de plus de **20 %** par année jusqu'en 2026. Même si ces outils ont une valeur monétaire minime, les puces conçues à l'aide de l'IA vaudront des milliards.



Tel que vu dans votre fil d'actualité : hausse stratosphérique des achats sur les médias sociaux

12

Deloitte mondial prévoit que les dépenses pour des biens et des services achetés sur les médias sociaux dépasseront **1 billion \$ US à l'échelle mondiale** en 2023 et croîtront de **25 %** par année, et que plus de 2 milliards de personnes dans le monde feront au moins une fois un achat de cette façon. Il n'en va pas de même pour le commerce électronique, qui décline après l'essor qu'il a connu pendant la pandémie. Dans un sondage mondial de 2022 de Deloitte, environ la moitié des membres des générations Y et Z disent que les influenceurs dans les médias sociaux inspirent leurs décisions d'achat. Ils sont deux fois plus nombreux à faire cette affirmation que les répondants de la génération X.



Bataille de l'informatique en périphérie : les fournisseurs se préparent à bondir sur un marché émergent

13

Une grande partie du traitement des données se passe dans le nuage ou sur les appareils des utilisateurs. L'informatique en périphérie, qui connaît une croissance rapide, se situe à mi-chemin. Nous prévoyons que le marché de l'informatique en périphérie pour les entreprises croîtra d'environ **20 %** en 2023, comparativement à une croissance des dépenses en matériel de réseau d'entreprise de 4 % et des dépenses en TI d'entreprise de 6 % pour la même année. Les fournisseurs de services infonuagiques publics à grande échelle et de services de communication, les fabricants d'équipement d'infrastructure, les fournisseurs de plateforme de gestion et d'autres se disputeront une part de ce marché en croissance.



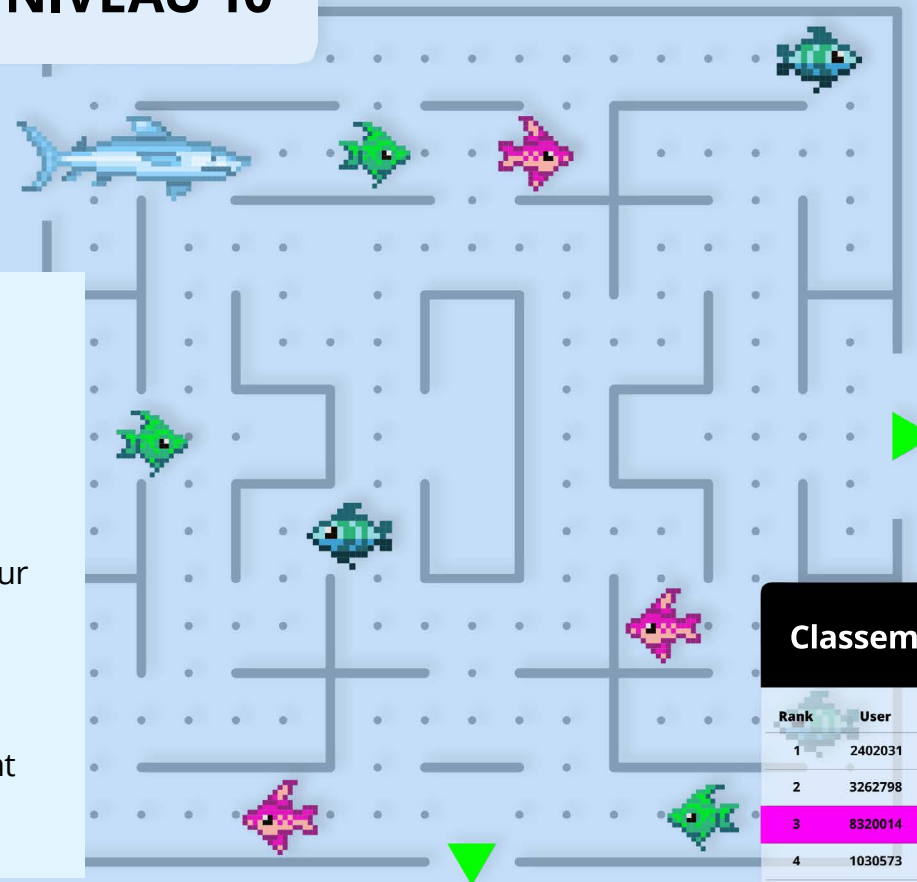
PRÉDICTIONS TMT 2023 : CONNEXIONS CANADIENNES

Faites vos jeux : hausse des fusions et acquisitions par des consolidations, l'expansion des portefeuilles et l'acquisition de technologies

14

Les entreprises de jeux vidéo sont prospères de même que le marché de l'achat et de la vente. En 2022, le flux de transactions (nombre de transactions dans le secteur des jeux) s'est accéléré. Nous prévoyons qu'en 2023, le nombre de fusions et d'acquisitions de sociétés de jeux **augmentera d'environ 25 %**, ce qui est légèrement inférieur à la croissance trimestrielle estimative de 30 % en 2022. Nous anticipons aussi une baisse importante de la valeur totale des transactions en 2023 par rapport à 2022, qui s'explique par les quelques transactions exceptionnellement lucratives réalisées en 2022.

NIVEAU 10



Classement

Rank	User	Score
1	2402031	10,000
2	3262798	9,5070
3	8320014	9,230
4	1030573	8,675
5	5032991	7,597

1

2

3

4

5

6

7

8



Retour des désinvestissements dans le secteur des TMT : hausse importante de la valeur des transactions en 2023

15

Deloitte mondial prévoit que la valeur totale des désinvestissements dans le secteur des TMT en 2023 pourrait augmenter de **25 % à 50 %** par rapport à 2022 pour atteindre **250 à 300 milliards \$ US**, ce qui est nettement supérieur à la moyenne de 244 milliards \$ US pour la période de 2016 à 2020. Cette hausse découlera probablement d'une augmentation de la valeur et du volume des transactions attribuable à un contexte plus favorable pour les affaires et les investissements et à un volume de transactions se rapprochant de leurs niveaux historiques.



Remerciements

Les auteurs souhaitent remercier les personnes suivantes pour leur contribution à la version canadienne des prédictions pour le secteur des TMT : **Michael Tang, Karen Hamberg, Alma Hadzic, Jeff Harris, Anders McKenzie, Michael Corridore** et **Kathryn Poy**. Ils expriment aussi leur gratitude à notre équipe de marketing canadienne pour sa participation à l'étude : **Allan Kirkpatrick, Sarah Watson, Liz Crompton** et **Sylvie Perrin**.

**Explorez le rapport mondial complet
Prédictions 2023**

deloitte.com/predictions

**Vous aimeriez qu'une personne s'adresse
à votre équipe?**

Personne-ressource

Duncan Stewart

Directeur de la recherche
du secteur des TMT chez Deloitte
dunstewart@deloitte.ca
[@dunstewart](#)

Communiquez avec lui
LinkedIn, Facebook ou Instagram



Endnotes

1. Enthusiast Gaming, [National Football League and Enthusiast Gaming Partner to Launch NFL Tuesday Night Gaming](#), communiqué de presse, 31 août 2022.
2. Kenneth Chan, [Hollywood North: BC's film and TV production industry generated a record of \\$4.8 billion in 2021](#), *Daily Hive*, 12 septembre 2022.
3. Ontario Creates, [Ontario's Film and Television Production Soars with Record-Breaking Year](#), communiqué de presse, 24 mars 2022.
4. Institut de la statistique du Québec, [New high for Québec's audiovisual industry production in 2019-2020](#), communiqué de presse, 21 juin 2021.
5. Entertainment Software Industry of Canada (ESAC), [The Canadian Video Game Industry 2021](#).
6. Etan Vlessing, [Virtual Production Is Driving a Post-COVID Boom in Canada](#), *The Hollywood Reporter*, 31 janvier 2022.
7. [Telesat](#)
8. Kepler Communications, [Kepler Communications Announces Successful Launch of 4 New GEN1 Satellites Including Test Bed for ÆTHER™ Service](#), 13 janv. 2022.
9. Karl Moore, « [A Look Into The Burgeoning Space Industry With MDA CEO Mike Greenley](#) », *Forbes*, 26 septembre 2022.
10. ORBCOMM Inc., [ORBCOMM Partners With Calian to Develop Earth Station Equipment for Next-Gen OGx Service](#), communiqué de presse, 29 juin 2021.
11. [SNC Lavalin Nuclear](#)
12. World Nuclear Association, [Uranium in Canada](#), mise à jour novembre 2022.
13. [GaN Systems](#)
14. Gouvernement de l'Ontario. [Driving Prosperity: The Future of Ontario's Automotive Sector](#)



La présente publication ne contient que des renseignements généraux, et Deloitte n'y fournit aucun conseil ou service professionnel dans les domaines de la comptabilité, des affaires, des finances, des placements, du droit ou de la fiscalité, ni aucun autre type de service ou conseil. Ce document ne remplace pas les services ou conseils professionnels et ne devrait pas être utilisé pour prendre des décisions ou mettre en oeuvre des mesures susceptibles d'avoir une incidence sur vos finances ou votre entreprise. Avant de prendre de telles décisions ou mesures, vous devriez consulter un conseiller professionnel compétent. Deloitte ne pourra être tenu responsable des pertes que pourrait subir une personne ou une entité qui se fie à la présente publication.

À propos de Deloitte

Deloitte offre des services dans les domaines de l'audit et de la certification, de la consultation, des conseils financiers, des conseils en gestion des risques, de la fiscalité et d'autres services connexes à de nombreuses sociétés ouvertes et fermées dans différents secteurs. Deloitte sert quatre entreprises sur cinq du palmarès Fortune Global 500MD par l'intermédiaire de son réseau mondial de cabinets membres dans plus de 150 pays et territoires, qui offre les compétences de renommée mondiale, le savoir et les services dont les clients ont besoin pour surmonter les défis d'entreprise les plus complexes. Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l., société à responsabilité limitée constituée en vertu des lois de l'Ontario, est le cabinet membre canadien de Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Deloitte désigne une ou plusieurs entités parmi Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société fermée à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, ainsi que son réseau de cabinets membres dont chacun constitue une entité juridique distincte et indépendante. Pour une description détaillée de la structure juridique de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses sociétés membres, voir www.deloitte.com/ca/apropos.

Notre raison d'être mondiale est d'avoir une influence marquante. Chez Deloitte Canada, cela se traduit par la création d'un avenir meilleur en accélérant et en élargissant l'accès au savoir. Nous croyons que nous pouvons concrétiser cette raison d'être en incarnant nos valeurs communes qui sont d'ouvrir la voie, de servir avec intégrité, de prendre soin les uns des autres, de favoriser l'inclusion et de collaborer pour avoir une influence mesurable.

Pour en apprendre davantage sur les quelque 330 000 professionnels de Deloitte, dont plus de 11 000 font partie du cabinet canadien, veuillez nous suivre sur [LinkedIn](#), [Twitter](#), [Instagram](#), ou [Facebook](#).